

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMAKAI JASA INTERNET PADA WARNET ELITE
DI GRESIK**

SKRIPSI



**LAILY IZZATI
0742010066**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul **”Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memakai Jasa Internet pada Warnet Elite di Gresik”**.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan saran sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus ditempuh dan wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang membantu selesainya laporan skripsi ini, sebagai berikut :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra. M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, SE, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan ibu dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Orang Tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap agar laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari jika penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan laporan skripsi ini pada waktu yang akan datang.

Surabaya, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	7

2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.1.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.1.2 Jasa	12
2.1.2.1 Pengertian Jasa	12
2.1.2.2 Karakteristik Jasa	13
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa	15
2.1.2.4 Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	17
2.1.2.5 Macam-macam Jasa	19
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Jasa ...	21
2.1.4 Harga	23
2.1.4.1 Pengertian Harga	23
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	24
2.1.4.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	26
2.1.4.4 Sasaran Penetapan Harga	27
2.1.4.5 Metode Penetapan Harga	28
2.1.5 Pelayanan	30
2.1.5.1 Pengertian Pelayanan	30
2.1.5.2 Tujuan Pelayanan	30
2.1.5.3 Kualitas Layanan	31
2.1.6 Fasilitas	33
2.1.7 Kepuasan Konsumen	35

2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	35
2.1.7.2 Strategi Kepuasan Konsumen	36
2.1.7.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	37
2.2 Kerangka Berpikir	39
2.3 Hipotesis	41
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	46
3.2.3 Penarikan Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Jenis Data	48
3.3.2 Sumber Data	48
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	48
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	49
3.4.1 Uji Kualitas	49
3.4.1.1 Uji Validitas	49
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.4.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.4.4 Uji Hipotesis	54

3.4.4.1 Uji F	54
3.4.4.2 Uji t	56
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Jabatan	58
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2 Lokasi Perusahaan	59
4.1.3 Struktur Organisasi	59
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi Variabel Harga (X_1)	60
4.2.2 Deskripsi Variabel Pelayanan (X_2)	61
4.2.3 Deskripsi Variabel Fasilitas (X_3)	62
4.2.4 Deskripsi Variabel Kinerja Karyawan (Y)	64
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	66
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reabilitas	67
4.4 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1 Multikolinieritas	68
4.4.2 Heterokedastisitas	69
4.4.3 Autokorelasi	70
4.4.4 Uji Normalitas	71
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Simultan	75

4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial	77
4.6 Pembahasan	82
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Variabel Pendidikan dan Pelatihan (X ₁)	60
Tabel 4.2 Variabel Disiplin Kerja (X ₂)	61
Tabel 4.3 Variabel Fasilitas (X ₃)	62
Tabel 4.4 Variabel Kepuasan Konsumen	64
Tabel 4.5 Uji Validitas	66
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.7 Nilai VIF (<i>Variance Inflation Factor</i>)	69
Tabel 4.8 Tes Heterokedastisitas dengan Korelasi Rank Spearman Korelasi ...	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Model	72
Tabel 4.10 Analisis Varian (ANOVA)	73
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir	41
Gambar 2. Struktur Organisasi	59
Gambar 3. Kurva Statistik Durbin Watson	71
Gambar 4. Distribusi Kriteria Penerimaan/Penolakan Hipotesis Secara Simultan atau Keseluruhan	76
Gambar 5. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Parsial Faktor Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Internet Pada Warnet Elite di Gresik (Y)	78
Gambar 6. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Internet Pada Warnet Elite di Gresik (Y)	80
Gambar 7. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Fasilitas (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Internet Pada Warnet Elite di Gresik (Y)	81

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMAKAI JASA INTERNET PADA WARNET ELITE DI GRESIK

Abstraksi

Laily Izzati

Pada kemajuan zaman dewasa ini atau yang sering disebut era globalisasi, batasan-batasan dan wilayah satu tempat dengan wilayah yang lain hampir tidak ada. Demikian juga dengan proses komunikasi yang dulu dilakukan dengan cara konvensional dengan berbicara secara langsung, sekarang sudah dapat dilakukan dari jarak jauh dengan menggunakan produk-produk teknologi informasi, dimana orang-orang akan lebih mudah melakukan komunikasi tanpa harus terganggu oleh jarak antar orang yang akan berkomunikasi. Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet, melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen, maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa seperti harga, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen warnet Elite di Gresik tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik penarikan sampel *Purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa **1)** Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, **2)** Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, **3)** Dari seluruh variabel bebas yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pelayanan yang memiliki pengaruh paling dominan.

Keyword : Tarif (X₁), Pelayanan (X₂), Fasilitas (X₃), dan Kepuasan Konsumen (Y).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan juga perkembangan peradaban dewasa ini telah membawa umat manusia kepada perubahan-perubahan kehidupan ke arah yang lebih baik. Pada kemajuan zaman ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem strategi pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa. Saat ini banyak industri yang saling bersaing untuk memperebutkan pasar pelanggan. Persaingan yang terjadi tidak hanya dengan perusahaan-perusahaan dalam industrinya, tapi juga dengan perusahaan-perusahaan dalam industri lain yang memproduksi jasa atau produk alternatif.

Komunikasi sebagai kebutuhan hidup sehari-hari saat ini sudah merupakan kebutuhan mutlak. Pola hubungan manusia dari waktu ke waktu mengalami perubahan dan perkembangan. Jika manusia dahulu berkomunikasi dengan cara yang konvensional seperti dengan cara bertatap muka dan berbicara secara langsung, komunikasi pada zaman sekarang sudah dapat menggunakan sarana teknologi informasi seperti telepon, satelit, internet, dan lain-lain, yang tentu lebih bisa menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Seseorang yang mempunyai kepentingan bisnis

atau urusan tertentu tidak harus bertemu langsung relasi bisnisnya, tetapi bisa dengan melakukan pembicaraan terlebih dahulu dengan menggunakan pesawat telepon. Kondisi demikian dimungkinkan karena perkembangan yang pesat di bidang teknologi informasi yang semakin bisa menyediakan fasilitas dan alat komunikasi yang semakin modern dan canggih.

Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang ditawarkan murah, kualitas pelayanan yang baik, dan fasilitas yang disediakan memadai dan nyaman kepada pelanggan dari para pesaing. Maka dengan perbedaan yang diberikan penyedia jasa menimbulkan adanya *gap* atau kesenjangan, maka dapat diketahui apakah terpenuhi atau tidak harapan dari konsumen, sehingga akan mempengaruhi tercapainya kepuasan konsumen.

Harga merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut (barang/jasa). Dengan harga yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang. Kesesuaian harga tersebut dalam usaha warnet ini dapat ditunjukkan dengan sesuainya harga yang dicantumkan dalam promosi tersebut sama dengan ketentuan yang berlaku dalam penggunaannya, pada umumnya

menginginkan tarif yang murah sehingga dapat terjangkau oleh para konsumen.

Pelayanan yang ramah dalam memperlakukan pelanggan dapat memberikan nilai tambah perusahaan tersebut. Pelayanan yang baik dapat menarik minat konsumen datang dan dapat menimbulkan suatu tingkat kepuasan yang tinggi, sehingga dapat mendorong mereka melakukan pembelian terhadap barang atau jasa setiap kali mereka membutuhkannya. Pelayanan adalah sikap yang ditunjukkan oleh petugas atau pegawai dalam pemberian informasi, penanganan saat ada masalah dan memberikan penjelasan untuk kemudahan. Sehingga memberikan kepuasan, konsumen sebagai pengguna menginginkan pelayanan atau *service* yang baik dari pihak perusahaan.

Fasilitas merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan untuk masa-masa yang akan datang, dimana fasilitas dikatakan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen, karena dengan adanya fasilitas yang baik dapat menimbulkan suatu tingkat kepuasan yang tinggi dalam diri konsumen, sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap barang atau jasa setiap kali konsumen membutuhkannya. Adapun beberapa fasilitas pendukung operasinya, seperti fasilitas ruang rokok yang dimana ruangan ini digunakan untuk mereka yang merokok, ruang AC bagi mereka yang tidak merokok, air minum gratis sehingga memudahkan bagi konsumen yang ingin minum

agar tidak perlu keluar warnet, dan kamar mandi.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti harga, pelayanan dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal-hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet itu sendiri.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet tersebut.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan atau pihak warnet dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya

memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal ini adalah pihak warnet tersebut sendiri.

Kepuasan konsumen juga berpengaruh terhadap persaingan dengan sesama warnet yang ada di sekitar elite. Jika konsumen merasa puas dengan harga, fasilitas dan pelayanan yang ada di elite, maka konsumen tidak akan berpindah ke warnet lain yang letaknya berdekatan di sekitar elite. Pelanggan tersebut akan tetap menggunakan jasa warnet elite, bahkan dia akan mengajak konsumen lain agar memakai jasa warnet elite, bukan warnet yang lain.

Berawal dari masalah ini, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap warnet dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai jasa internet pada warnet elite di Sentolang Gresik”.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah harga, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet elite di Gresik?
- b. Apakah harga, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet elite di Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan, dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet elite di Gresik.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan, dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet elite di Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat disumbangkan dari hasil penelitian ini dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu :

- a. Bagi akademik / universitas

Mendukung berkembangnya dunia ilmu pengetahuan di era globalisasi sekarang ini, terutama faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang nantinya diharapkan dapat dijadikan acuan bagi para peneliti lain yang ingin mengembangkan hasil penelitian ini di waktu yang akan datang.

- b. Bagi perusahaan / organisasi

Sebagai alternatif sumbangan pemikiran yang dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan dalam rangka meningkatkan daya saing terutama tentang kepuasan konsumen dalam memakai jasa internet.